

HUBUNGAN LAY OUT HALAMAN UTAMA SURAT KABAR PEKANBARU POS
TERHADAP MINAT BACA MASYARAKAT RT 06 RW 03 KELURAHAN TUAH KARYA
PEKANBARU

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi
Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



OLEH :

AGUS PURWITO

10643004116

PROGRAM S1

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU

2010

ABSTRAK

Hubungan *Lay Out* Halaman Utama Surat Kabar Pekanbaru Pos Terhadap Minat Baca Masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru

Penelitian ini berjudul pengaruh *lay out* surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di masyarakat, karena konsumen Pekanbaru Pos adalah masyarakat yang memiliki berbagai macam bidang pekerjaan seperti pedagang, supir, montir, dan lainnya.

Tujuan penelitian ini adalah: a). untuk melihat pandangan masyarakat tentang *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos, b). untuk melihat minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya, c). untuk melihat pengaruh *lay out* Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Pekanbaru.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah *lay out* surat kabar dan variabel terikat (Y) adalah minat baca masyarakat. Jumlah sampel 45 orang, diambil dari populasi 300 orang, sampel ini dinamakan *random sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuisioner. Setelah data terkumpul dan dimasukkan kedalam tabel, diuji validitas dan reabilitas pertanyaanya, serta dianalisis. Analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, untuk mengetahui hubungan variabel bebas dan terikat digunakan uji *coeficient correlation product moment*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, berhubungan nyata antara *lay out* surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 kelurahan Tuah Karya Pekanbaru. Tingkat pengaruh *lay out* surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 kelurahan Tuah Karya Pekanbaru pada kategori cukup berarti.

Pengaruh *lay out* halaman utama surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru cukup berarti, yang artinya bahwa dengan *lay out* surat kabar yang menarik, maka akan menimbulkan minat baca pada masyarakat.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul	4
C. Penegasan Istilah	5
D. Permasalahan	6
E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	6
F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional	8
G. Metode Penelitian	22
H. Sistematika Penulisan	26
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	27
A. Sejarah Singkat Perusahaan	27
B. Personalia Perusahaan	28
C. Produk dan Jasa Perusahaan	30
D. Alamat Perusahaan	30

BAB III PENYAJIAN DATA	31
A. Penyajian Data <i>Lay Out</i> (Variabel X) Halaman Utama Surat Kabar Pekanbaru Pos	33
B. Penyajian Data Minat Baca (Variabel Y) Masyarakat Kelurahan Tuah Karya RW 03 RT 06 Pekanbaru	41
BAB IV ANALISIS DATA	45
A. Uji Validitas dan Reabilitas <i>Lay Out</i> (Variabel X) Halaman Utama Pekanbaru Pos	45
B. Uji Validitas dan Reabilitas Minat Baca (Variabel Y) Masyarakat Kelurahan Tuah Karya RW 03 RT 06 Pekanbaru	46
C. Analisis Pengaruh <i>Lay Out</i> Halaman Utama Pekanbaru Pos Terhadap Minat Baca Masyarakat Kelurahan Tuah Karya RW 03 RT 06 Pekanbaru	47
D. Pengujian Hipotesis	48
E. Pembahasan Tujuan Penelitian	48
F. Rumusan Kajian	51
BAB V KESIMPULAN	53
A. Kesimpulan	53
B. Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Untuk menjadi orang yang berilmu salah satu kuncinya adalah dengan membaca. Karena membaca adalah pintu pertama dibukakannya ilmu pengetahuan. Membaca merupakan bagian dari kegiatan dan kemampuan yang dimiliki manusia.

Membaca merupakan salah satu di antara empat keterampilan berbahasa yaitu menyimak, berbicara, membaca, dan menulis. Kesemua hal tersebut penting untuk dipelajari dan dikuasai oleh setiap individu. Dari kegiatan membaca, seseorang dapat bersantai, berinteraksi dengan perasaan dan pikiran, memperoleh informasi, dan meningkatkan ilmu pengetahuannya (Pubianti, 2008: 3).

Saat ini, minat baca masyarakat masih rendah. Salah satu indikatornya adalah jumlah surat kabar yang dikonsumsi oleh masyarakat. Idealnya setiap surat kabar dikonsumsi sepuluh orang, tetapi di Indonesia angkanya 1:45, artinya setiap 45 orang mengonsumsi satu surat kabar (Supriyoko, 2009).

Menurut Kamah (2002: 1) rendahnya minat baca masyarakat disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Kesenangan untuk berkumpul atau ngobrol
2. Menariknya media elektronik
3. Kurangnya bahan bacaan yang bermutu dan relevan dengan kebutuhan pembaca.

Laporan Human Development Report tahun 2008/2009 yang dikeluarkan UNDP (*United Nations Development Programme*), menyatakan minat membaca masyarakat di Indonesia berada pada peringkat 96 dari negara di seluruh dunia (Tribunnews.com, 2010).

Syarat bagi kehidupan surat kabar adalah memiliki lapangan pembaca. Konsumen atau pembaca surat kabar Pekanbaru Pos adalah konsumen yang memiliki berbagai macam bidang pekerjaan seperti pedagang, supir, montir, dan lainnya.

Tulisan atau isi berita harus dapat membangkitkan keinginan pembaca, wartawan harus mempunyai keinginan untuk memikat pembaca dengan tulisan-tulisan yang dihasilkannya. Apa yang tercetak di surat kabar adalah dengan maksud melayani pembaca untuk mendapatkan informasi yang aktual, sesuai dengan keinginan, selera, dan kepentingan pembaca. Nilai dari informasi yang tercetak itu terletak pada kemampuan penulis dalam menyusunnya. Pembaca mendapatkan sesuatu yang baru dan berharga.

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi saat ini menjadi hal yang menarik untuk diikuti, teknologi yang berkembang memungkinkan *lay out* surat kabar atau koran dibuat dengan menggunakan program komputer dengan hasil yang sangat baik.

Dengan adanya program komputer yang dapat mendesain *lay out*, memudahkan desainer atau *layouter* surat kabar dalam menata halaman dengan baik dan indah di lihat, sehingga pembaca tidak merasa kesulitan memahami dan melihat isi atau konten didalam surat kabar.

Lay out berita yang didesain agar pembaca merasa puas, serta mampu untuk menggiring pembaca kepada berita yang dibuat oleh wartawan media cetak sebagai sumber informasi. Dengan adanya *layouter* pada sebuah media sangat mendukung sekali dalam pembentukan halaman koran yang baik dan indah agar tidak membingungkan pembacanya, mulai dari penempatan tulisan, gambar, hingga desain grafisnya.

Surat kabar memuat masalah politik, ekonomi, bisnis, budaya, kriminal, dan olahraga. Semua berita yang disampaikan memiliki daya tarik tersendiri bagi pembacanya dan tergantung pilihan pembaca, ingin berita apa dan semuanya tersaji didalam satu koran.

Selain penyajian dan *lay out*, isi dari berita juga memegang peranan penting dalam keberhasilan sebuah surat kabar untuk menarik minat pembacanya. Dengan penyajian *lay out* tersebut akan menghasilkan suatu karya grafis yang indah dipandang serta berkesan bagi pembaca.

Undang–Undang Pers Nomor 40 tahun 1999 tentang pers dan kode etik jurnalistik. Pada Bab I, pasal I ayat 1 “Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyamapaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia.”

Jurnalistik cetak maupun jurnalistik elektronik, berita merupakan inti utama, sehingga tak heran bila dijumpai ribuan definisi yang diberikan oleh

ahlinya. Salah satu definisi berita yang dikemukakan oleh Prof. Mitchel V Charnley dalam bukunya “Reporting” berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau opini yang mengandung hal yang menarik minat atau penting atau kedua-duanya, bagi sejumlah masyarakat (Rousyidi, 1989: 141).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan *Lay Out* Halaman Utama Surat Kabar Pekanbaru Pos Terhadap Minat Baca Masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru”.

B. Alasan Pemilihan Judul

Judul ini perlu diteliti karena penulis ingin mengetahui seberapa besar hubungan *lay out* halaman utama surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru. Dalam pemilihan judul ini penulis mempunyai beberapa alasan, dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Judul ini berkaitan dengan jurusan yang penulis ambil yaitu Ilmu Komunikasi konsentrasi jurnalistik, dimana surat kabar Pekanbaru Pos merupakan bagian komunikasi massa dan media jurnalistik cetak.
- b. Dari pengetahuan penulis belum ada pihak lain di kampus UIN Sultan Syarif Kasim Riau, yang meneliti dengan judul yang sama.

C. Penegasan Istilah

Untuk memudahkan dan menghindari kesalah pahaman terhadap penelitian ini, perlu dijelaskan dan ditegaskan makna dari judul diatas tersebut. Ada pun kata-kata penting yang perlu dijelaskan maknanya sebagai berikut:

a. *Lay Out*

Lay out didalam bahasa memiliki arti tata letak. Sedangkan menurut istilah, *lay out* merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dll) menjadikan komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Di sini diperlukan pertimbangan ketika sedang mendesain suatu informasi yang seefektif mungkin. Tujuan utama *lay out* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan (Mohawk, 2009).

b. Halaman Utama

Halaman utama adalah halaman yang berada paling depan dari surat kabar, dengan nomor halaman 1 (satu).

c. Minat Baca

Minat baca adalah sebagai sikap positif dan adanya rasa keterikatan dalam diri terhadap aktivitas membaca dan tertarik terhadap buku bacaan (Junaedi, 2009).

D. Permasalahan

a. Identifikasi Masalah

1. Bagaimana pandangan masyarakat RT 06 RW 03 terhadap *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos?
2. Bagaimana minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru?
3. Bagaimana hubungan *lay out* Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru?

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana hubungan *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru?

c. Batasan Masalah

Mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya dalam penelitian, maka peneliti membatasi pada hubungan *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.

E. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk melihat pandangan masyarakat tentang *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos.

- b. Untuk melihat minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya.
- c. Untuk melihat hubungan *lay out* Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya.

2. Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

- a. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau.
- b. Sebagai bahan bacaan bagi masyarakat dan mahasiswa, khususnya tentang *lay out* dan minat baca.
- c. Untuk menambah pengetahuan penulis terutama yang berkaitan dengan penelitian ini (*lay out* sebuah surat kabar dan minat baca masyarakat).

b) Manfaat Praktis

Memberikan sumbangan pemikiran bagi surat kabar Pekanbaru Pos agar dapat meningkatkan kualitas *lay out* dan isi beritanya, agar masyarakat dapat meningkatkan minat bacanya terhadap surat kabar.

F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

1. Kerangka Teoritis

a. Pengertian *Lay Out*

Lay out didalam bahasa memiliki arti tata letak. Sedangkan menurut istilah, *lay out* merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dll) menjadikan komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Di sini diperlukan pertimbangan ketika sedang mendesain suatu informasi yang seefektif mungkin. Tujuan utama *lay out* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan (Mohawk, 2009).

Lanskap, ekterior, interior gedung atau ruangan, juga lokasinya, menimbulkan efek tertentu pada manusia. Oleh karena itu manusia hidup dalam suatu ruang fisik, mereka terikat atau dipengaruhi oleh ruang fisik tersebut (Mulyana, 2004: 227).

Tata letak pada dasarnya adalah penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip tata letak yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi yang mantap. Pada dasarnya suatu komposisi yang mantap merupakan penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi (Kusmiati, 1991: 1).

PGI (Persatuan Grafis Indonesia) menyebutkan bahwa seorang desainer (perancang wajah koran) suatu bahan cetakan seperti aktor

dipanggung teater. Ia adalah yang memberi hidup dalam cetak ungkapan kepada jumlah cerita. Tapi seorang desainer mengungkapkan semuanya lewat visual tipografis, tata letak (*lay out*) dan perwajahan. Barang cetakan yang isinya bagus bisa tidak laku sama sekali jika tata letaknya tidak baik.

b. Elemen-elemen Dalam Desain

Elemen atau unsur merupakan bagian dari suatu karya desain. Elemen-elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain. Masing-masing memiliki sikap tertentu terhadap yang lain. Elemen-elemen seni visual tersusun dalam satu bentuk organisasi dasar prinsip-prinsip penyusunan atau prinsip-prinsip desain. Dalam hal ini, susunan tersebut sering kali dijadikan dasar pertimbangan atau suatu kritik seni.

Seorang desainer, dengan akal dan perasaannya, membangun emosinya. Secara bersamaan, elemen-elemen itu dapat pula memancing berbagai sensasi. Menimbulkan persepsi yang merangsang, memberi sugesti, dan memperkaya imajinasi orang yang melihatnya (Kusrianto, 2007: 29).

c. Variabel Penyusunan Unsur Visual

Unsur-unsur visual dalam desain grafis disusun berbagai kemungkinan efek penampilan bervariasi. Variabel penyusunan unsur-unsur visual meliputi :

- 1) Kedudukan, masalah dimana suatu objek yang terbentuk oleh unsur-unsur visual ditempatkan

- 2) Arah, pilihan mengenai ke arah mana objek dihadapkan dan bagaimana efeknya terhadap objek lainnya.
- 3) Ukuran, menentukan besar kecilnya sesuai peranannya
- 4) Jarak, bentuk dan jumlah berpengaruh pada kepadatan, bobot, dan keleluasaan ruang atau bidang di mana objek dihadirkan
(Kusrianto, 2007: 33-34).

d. Aspek *Lay Out*

Aspek ini merupakan aspek terpenting dalam *lay out*. Proses *lay out* adalah upaya mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti huruf (teks), garis, foto, gambar, dan ornamen-ornamen, serta grafis dalam suatu bidang cetak sehingga melahirkan bentuk yang merupakan rancangan atau bentuk coba-coba dalam sebuah halaman media cetak. Oleh karena itu *lay out* harus dirancang secara seksama dan sebagus mungkin dengan cara menentukan gagasan, unsur-unsur, hubungan gagasan dengan unsur-unsur serta urutan yang akan dipakai.

e. Konsep Desain *Lay Out*

Desain *lay out* tidak memiliki aturan dan hukum yang universal, semuanya serba relatif. Bagi seorang desainer yang baik, berkarya dalam suatu proyek tidak akan pernah sama dengan karya pada proyek yang lain, karena dalam berkarya akan terdapat misi yang berbeda. Yaitu ditujukan kepada publik yang berbeda, klien yang berbeda, atau yang jelas untuk menyampaikan isi informasi yang berbeda (Kusrianto, 2007: 276).

f. Prinsip *Lay Out* Yang Baik

- a. Proporsi, proporsi yang dimaksud adalah kesesuaian antara ukuran halaman dengan isinya.
- b. Keseimbangan, prinsipnya suatu pengaturan agar penempatan elemen dalam suatu halaman memiliki efek seimbang.
- c. Kontras/Fokus, yaitu elemen yang dominan atau menonjol untuk mendapatkan fokus perhatian.
- d. Irama, penggunaan pola warna maupun motif yang diulang. Supaya diperoleh irama, anda harus membuat beberapa elemen tetap yang diulang-ulang polanya. Sehingga, pembaca masih bisa mengikuti alur dari publikasi anda melalui ciri dari desain *lay out* tersebut.
- e. Kesatuan, hubungan antara elemen-elemen desain yang semula berdiri sendiri serta memiliki ciri sendiri yang disatukan menjadi sesuatu yang baru dan memiliki fungsi baru yang utuh (Kusrianto, 2007: 279-285).

Memilih jenis huruf dan ukuran huruf perlu dilakukan secara cermat dalam menata letakkan suatu bahan cetakan. Yang perlu dilakukan adalah dengan cara :

- 1) Klasifikasi atau pengelompokan huruf
- 2) Ukuran ketebalan (*bold*) dan ketipisan (*light*) huruf
- 3) Kemiringan huruf
- 4) Kolom atau hasil gambar yang terdiri baris kata-kata
- 5) Ruang kosong

- 6) Garis-garis, sesuai dengan *style* yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

Menurut Turnbull dan Baird, *lay out* berfungsi sebagai berikut:

1. Untuk menarik atau menimbulkan perhatian terhadap pesan yang disajikan.
2. Untuk menyajikan pesan sedemikian rupa sehingga mudah dibaca dan dimengerti.
3. Untuk membuat sesuatu yang berkesan.

Bidang cetak adalah bagian dari lembaran suatu bahan cetakan yang bakal dikenai unsur-unsur tipografis. Bidang ini tidak selamanya putih polos, bisa jadi berwarna atau diberi *raster* (berlatar belakang). Sebaiknya bidang cetak dapat dicerahkan dengan *lay out* dan mesti sepadan dengan unsur-unsur lainnya dalam cetakan.

Untuk kertas ukuran standar biasanya bidang cetak terletak diantara empat margin, yaitu atas, kiri, kanan, dan bawah yang tidak sama besar. Dari bidang yang akan dicetak dengan huruf-huruf yang relatif kecil, sebaiknya pinggiran halaman juga relatif sempit, begitu pula sebaliknya.

Sebagai cara untuk memperoleh posisi bidang cetak yang baik adalah sebagai berikut :

- 1) Mengikuti *style* yang sudah ditentukan
- 2) System *medial section* atau bandingan tengah
- 3) Sistem aturan pokok
- 4) Metode baru dengan metode modern

Komposisi dalam *lay out* media cetak lebih menitik beratkan pada bentuk penyusunan unsur-unsur tipografis dalam suatu lembaran cetak sehingga menarik dan mudah dibaca. Selain itu komposisi warna juga penting, warna yang terbaik dalam tipografis adalah warna hitam, atau pilihan layar belakang yang berwarna bisa ditentukan melalui berita itu sendiri. Karena warna yang tergelap, kuat, agak dingin, dan netral bisa ditentukan melalui nilai berita. Warna lain juga bisa ditambahkan untuk maksud estetika penataletakan. Tapi jumlah warna hendaknya digunakan dengan jumlah yang benar. Satu atau dua dinilai sudah cukup untuk menonjolkan sesuatu. Penggunaan warna terlalu banyak justru dapat merusak wajah barang cetakan.

Beberapa jenis *lay out* yang dikenal diantaranya adalah sebagai berikut :

- 1) *Symmetrical lay out* disebut juga *foundry/vertical lay out*, karena seperti jamur, letak berita-beritanya seimbang. Tentu saja kelihatan stasis dan kolot karena dari *hard* ke *hard* bentangnya tetap saja. *Lay out* seperti ini digunakan oleh the New york Time.
- 2) *Informal balance lay out*, banyak dipakai oleh banyak surat kabar karena mengarah kepada kesempurnaan suatu keseimbangan. Foto yang hitam akan lebih baik jika diletakan di kanan atas halaman dan akan kelihatan berat kalau diletakan dibagian bawah halaman.
- 3) *Quadrat lay out*, atau tata rias segi empat sangat baik untuk surat kabar yang akan dijual di pinggir jalan secara enceran karena koran

akan berlipat empat dan pada seperempat bagian yang tampak itu akan diperlihatkan berita-berita penting dan menarik.

- 4) *Brace lay out*, menonjolkan suatu berita besar *lay out* seperti ini sering menggunakan “*Banner Headline*”, judul panjang. Berita penting ditempatkan disebelah kanan surat kabar sehingga mengikat pandangan pembaca ke sana kemudian judul lain disebelah kiri dan sebelah kanan lagi.
- 5) *Circus lay out*, tata rias karnaval karena ramainya depan semua judul berita dipamerkan dihalaman pertama isinya dihalaman lain.
- 6) *Horizon lay out*, tata-rias mendatar judul berita dibuat mendatar dengan berita yang tidak terlalu panjang.
- 7) *Function lay out*, tata rias yang setiap hard berubah bergantung kepada perkembangan dan isi berita hard itu. Bila terjadi hal-hal keluar biasa sering dipakai apa yang disebut “*skyline heads*”. Jadi ada gelaja pemindahan nama tempat nama surat kabar itu sendiri (Djoeadja, 2009).

Selain itu dalam penyajian berita pada surat kabar haruslah mengikuti ketentuan bahasa jurnalistik. Bahasa jurnalistik adalah bahasa komunikasi massa yang dipergunakan dalam majalah, surat kabar, televisi, dan radio. Secara umum bahasa-bahasa jurnalistik tidak berbeda dengan bahasa tulisan lainnya. Adapun ciri khusus bahasa jurnalistik adalah :

1. Lugas
2. Sederhana, lazim dan umum

3. Singkat dan padat
4. Sistematis dalam penyajian
5. Berbahasa netral dan tidak memihak
6. Menarik

Beberapa ketentuan khusus berbahasa jurnalistik yaitu :

1. Penggunaan kalimat pendek
2. Penggunaan kalimat aktif
3. Penggunaan bahasa positif (Yurnaldi, 1992: 50).

g. Pengertian Minat Baca

Aiken (1994) mengungkapkan definisi minat sebagai kesukaan terhadap kegiatan melebihi kegiatan lainnya. Minat merupakan gambaran sifat dan ingin memiliki kecenderungan tertentu. Minat juga diartikan suatu momen dari kecenderungan yang terarah secara intensif pada suatu tujuan atau objek yang dianggap penting. Objek yang menarik perhatian dapat membentuk minat karena adanya dorongan dan kecenderungan untuk mengetahui, memperoleh, atau menggali dan mencapainya.

Membaca dapat disimpulkan sebagai suatu proses yang melibatkan penglihatan dan tanggapan untuk memahami bahan bacaan yang bertujuan untuk memperoleh informasi atau mendapatkan kesenangan (Almaipii, 2007).

Menurut kamus bahasa indonesia Minat adalah perhatian, kesukaan, kecendrungan hati. Sedangkan membaca adalah melihat serta memahami isi

dari apa yang tertulis (dengan melisankan atau hanya dalam hati), mengeja atau melafalkan apa yang tertulis (Baskoro, 2005: 102 dan 463).

Membaca adalah proses untuk memperoleh pengertian dari kombinasi beberapa huruf dan kata. Membaca adalah proses untuk mengenal kata dan memadukan arti kata dalam kalimat dan struktur bacaan. Hasil akhir dari proses membaca adalah seseorang mampu membuat intisari dari bacaan (Sandjaja, 2005).

Lilawati dalam Sandjaja (2005), mengartikan minat membaca adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap kegiatan membaca sehingga dapat mengarahkan seseorang untuk membaca dengan kemauannya sendiri.

h. Teknik Membaca

a) Membaca Bersuara

Membaca teknis bertujuan untuk menambah kelancaran mengubah lambang-lambang tertulis menjadi suara atau ucapan yang mengandung makna.

b) Membaca Dalam Hati.

Membaca dalam hati ialah cara atau teknik membaca tanpa suara. Jenis membaca ini perlu lebih ditekankan kepada pemahaman isi bacaan. Membaca dalam hati lebih banyak menggunakan kecepatan gerak mata, mengingat gerakan mata lebih cepat menanggapi apa yang dibaca, maka membaca dalam hati lebih cepat prosesnya daripada membaca teknis. Karena itu dalam kehidupan

sehari-hari kita lebih banyak menggunakan membaca dalam hati dalam kegiatan membaca / wacana apapun.

c) Membaca Cepat

Membaca intensif, membaca sekilas, dan membaca ekstensif. Semuanya itu dapat masuk ke dalam jenis membaca cepat. Tujuan yang hendak dicapai melalui membaca cepat ialah melatih kecepatan gerakan mata pada saat membaca.

d) Membaca Bahasa

Tujuan yang hendak dicapai dengan membaca bahasa ialah untuk menambah keterampilan dalam menggunakan makna bahasa, makna kalimat/kata yang digunakan dalam konteks kalimat tertentu, penggunaan suatu kata dalam konteks yang berbeda-beda, ketepatan penggunaan imbuhan, tanda baca, dan susunan kata/kalimat.

e) Membaca Indah (Estetis)

Pokok masalah dalam membaca indah ialah cara membaca yang menggambarkan penghayatan keindahan dan keharuan yang terdapat pada bacaan. Misalnya membaca puisi.

f) Membaca Bebas (Perpustakaan)

Tujuan membaca bebas ini ialah untuk menumbuhkan kegemaran membaca dan menambah pengetahuan.. Latihan membaca bebas pada hakekatnya bertujuan untuk menanamkan kebiasaan membaca. Dengan membaca bebas ini dapat memotivasi kita untuk memanfaatkan waktu luang dengan membaca (Almaipii, 2007).

i. Tujuan Minat Baca

Dijelaskan secara umum, minat baca mempunyai tujuan sebagai berikut:

- a) Mewujudkan suatu sistem penumbuhan dan pengembangan nilai ilmu yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
- b) Mengembangkan masyarakat baca/*reading society* lewat pelayanan masyarakat perpustakaan dengan penekanan pada penciptaan lingkungan baca untuk semua jenis bacaan pada semua lapisan masyarakat (Supriyono, 1998: 45).

j. Pembagian Golongan Minat Baca

Minat baca dapat digolongkan menjadi :

- a) Minat baca spontan, yaitu kegiatan membaca yang dilakukan atas kemauan inisiatif pribadi, tanpa pengaruh dari pihak lain atau pihak luar.
- b) Minat baca terpola yaitu kegiatan membaca yang dilakukan masyarakat sebaga hasil atau akibat pengaruh langsung dan disengaja melakukan serangkaian tindakan dan program yang terpola terutama kegiatan belajar mengajar di sekolah.
(Kusrianto, 2007: 280)

k. Manfaat Membaca

Menurut Gray & Rogers dalam Supriyono (1998) menyebutkan beberapa manfaat membaca, antara lain :

a. Meningkatkan Pengembangan Diri

Dengan membaca seseorang dapat meningkatkan ilmu pengetahuan. Sehingga daya nalarnya berkembang dan berpandangan luas yang akan bermanfaat bagi dirinya maupun orang lain.

b. Memenuhi Tuntutan Intelektual

Dengan membaca buku, pengetahuan bertambah dan perbendaharaan kata-kata meningkat, melatih imajinasi, dan daya pikir sehingga terpenuhi kepuasan intelektual.

c. Memenuhi Kepentingan Hidup

Dengan membaca akan memperoleh pengetahuan praktis yang berguna dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya dengan membaca cara perawatan buku, maka akan diperoleh pengetahuan perawatan buku.

d. Meningkatkan Minatnya Terhadap Suatu Bidang

Seseorang yang senang buku internet misalnya dengan makin membaca buku-buku tentang internet, minatnya akan meningkatkan untuk mempelajarinya lebih mendalam.

e. Mengetahui Hal-hal Yang Aktual

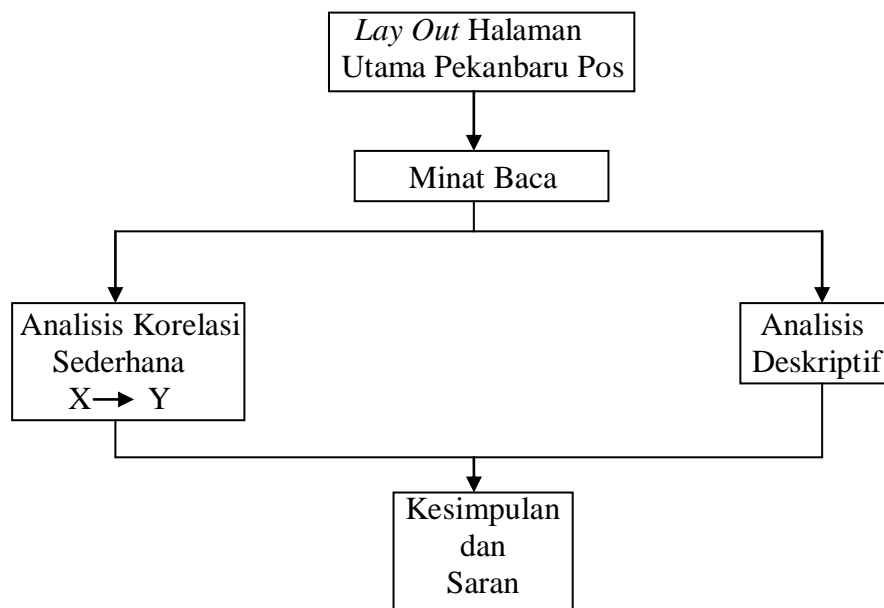
Dengan membaca seseorang dapat mengetahui peristiwa-peristiwa yang terjadi di lingkungan tanpa harus pergi ke lokasi, misalnya : adanya gempa bumi, banjir, kebakaran dan peristiwa yang lain.

(Supriyono, 1998: 46)

2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sebuah penjabaran dari apa yang akan dilakukan sehingga tidak menyimpang dari apa yang telah ditetapkan. Secara sederhana dapat dipahami melalui gambar di bawah ini:

Gambar 1. Kerangka pemikiran



Pada gambar kerangka pemikiran dapat terlihat bahwa, diduga terdapat pengaruh antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca masyarakat. Hal ini dianalisis menggunakan analisis regresi sederhana dan analisa deskriptif. Dan dapat diambil kesimpulan dan saran bagi surat kabar dan masyarakat.

3. Konsep Operasional

a. *Lay Out*

Konsep operasional adalah konsep yang digunakan untuk memberikan kemudahan dalam menjelaskan konsep teori hubungan *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Di Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.

Berdasarkan pada teori dan pengertian tata letak di sini, ialah menggabungkan beberapa unsur menjadi satu kesatuan, yang diukur dari:

- a. Tampilan
- b. Pemilihan gambar
- c. Penempatan gambar
- d. Warna gambar
- e. Pemilihan Huruf
- f. Pemilihan berita
- g. Penempatan iklan

b. Minat Baca

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diketahui indikator dari minat baca adalah :

- a. Alasan seseorang membaca
- b. Tujuan seseorang membaca
- c. Menyediakan waktu untuk membaca
- d. Usaha untuk memperoleh bahan bacaan
- e. Keinginan untuk membaca

4. Hipotesis

Berdasarkan kajian-kajian teoritis yang diuraikan maka dapat dirumuskan hipotesa, yaitu “Adanya hubungan antara *lay out* halaman utama surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.”

G. Metode Penelitian

1. Bentuk Penelitian

Penelitian ini merupakan metode penelitian korelasional yaitu metode yang mencari suatu hubungan. Metode ini meneliti sejauh mana variasi pada faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain (Rakhmat, 2007: 27).

2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru. Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga minggu di bulan Agustus 2010.

3. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian adalah masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru.
- b. Objek penelitian adalah hubungan *lay out* halaman utama surat kabar Pekanbaru Pos dengan minat baca.

4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari objek penelitian (Arikunto, 2006: 130). Sesuai dengan permasalahan dan tujuan yang telah ditetapkan dalam penelitian, maka populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru yang berjumlah 300 orang.

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah 15% dari jumlah populasi.

Jadi sampel yang diteliti berjumlah 45 orang. Pengambilan sampel dengan teknik *random sampling* (Arikunto, 2006: 134).

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang lengkap penulis menggunakan teknik pengumpulan data berupa angket dan dokumentasi, yaitu membuat daftar pertanyaan secara tertulis dan disebarikan kepada responden untuk dijawab sesuai dengan alternatif jawaban dan menggunakan dokumen surat kabar Pekanbaru Pos.

6. Teknik Analisis Data

- a. Metode analisis korelasi *product moment*. Teknik analisa data yang digunakan penulis dalam penulisan ini adalah Deskriptif Kuantitatif menjelaskan permasalahan yang diteliti dengan bentuk angka-angka dengan rumusan korelasi *product moment*:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{[N \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2][N \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi *Product Moment*.

N = jumlah individu dalam sampel.

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah untuk variabel Y (Bungin, 2008: 197)

Kriteria analisis:

Tingkat hubungan antara *lay out* surat kabar Pekanbaru Pos dengan minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru dapat diketahui dari nilai koefisien korelasi *product moment* (r_{xy}), yaitu jika nilai koefisien korelasi *product moment* (r_{xy}) positif maka hubungan bersifat searah. Hubungan semakin kuat jika nilai koefisien korelasi *product moment* (r_{xy}) mendekati nilai 1. Apabila nilai koefisien *product moment* (r_{xy}) negatif, maka hubungan bersifat berlawanan arah dan semakin kuat jika nilai korelasi *product moment* (r_{xy}) mendekati nilai -1. Tidak ada hubungan atau hubungan semakin lemah jika nilai koefisien korelasi *product moment* (r_{xy}) mendekati nilai atau sama dengan 0.

Untuk menentukan keeratan hubungan antara variabel tersebut, maka ada beberapa nilai *koefisien korelasi* (KK) sebagai patokan, yaitu:

1. Kurang dari 0,20 korelasi rendah/lemah sekali
2. 0,20 - 0,40 korelasi rendah/lemah tapi pasti
3. 0,40 - 0,70 korelasi yang cukup berarti
4. 0,70 - 0,90 korelasi yang tinggi, kuat
5. Lebih dari 0,90 korelasi yang sangat tinggi, kuat sekali dan dapat diandalkan (Rakhmat, 2007: 29).

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari taraf probabilitas signifikan yang ada (*P value*) yang merupakan hasil perbandingan r hitung dari r tabel. Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha=0,05$. Apabila r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel maka dapat disimpulkan adanya hubungan yang

signifikan antara kedua variabel dan sebaliknya. Pengolahan data kuisioner dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 15.

b. Uji Hipotesis. Rumusan hipotesis alternatif (H_a) dan hipotesis nihilnya (H_0), yang ditetapkan adalah:

1. Hipotesis Nol (H_0), Tidak terdapat hubungan antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca.
2. Hipotesis Alternatif (H_a), Terdapat hubungan antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara keseluruhan penelitian ini, disusun dalam sistematika penulisa sebagai berikut:

BAB I. Merupakan bab pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka teoritis dan konsep operasional, metode penelitian, analisa data dan sistematika penulisan.

BAB II. Bab ini membahas tentang gambaran umum surat kabar pekanbaru pos, sejarah umum dan struktur organisasi.

BAB III. Pada bab ini disampaikan tentang data yang disajikan, pembahasan ini berisikan tentang hasil dari perolehan data dengan menggunakan angket.

BAB IV. Analisis Data

BAB V. Penutup, berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

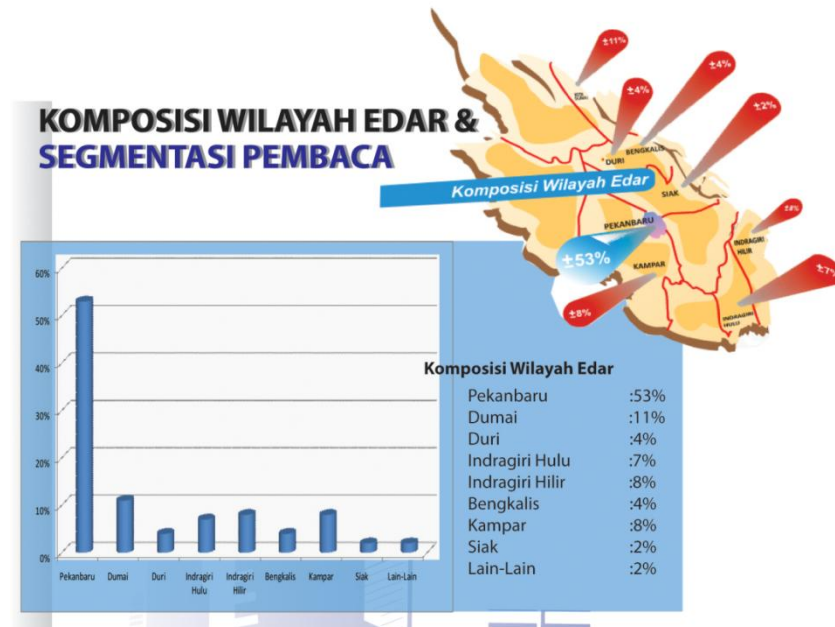
A. Sejarah Singkat Perusahaan

Harian pagi Pekanbaru Pos adalah koran umum metropolis yang berbasis di Pekanbaru, Riau. Pekanbaru Pos diterbitkan oleh PT Riau Pos Intermedia, terbit pertama kali sebagai harian pada tanggal 1 Juni 2000. Saat ini Pekanbaru Pos beroplah 35.000 (tiga puluh lima ribu) eksemplar per hari, dengan *market share* jumlah pembaca lebih dari 55.000 orang per hari. Harian Pekanbaru Pos memiliki 16 halaman dengan ukuran kolom; 70 kolom x 540 mm.

Dengan sisi pemberitaan yang *pure local*, beragam ribrikasi unggulan seperti Ragam, Metro Fokus, Kota Kita, Balai Rakyat, Metro Kasus, Pekanbaru Beres, Riuh Riau, Pekanbaru Bisnis, Seleb & *Style*, Politika, Sport, Kampung Pekanbaru Pos, dan *Public Zone Area*.

Daerah distribusinya meliputi daerah perkotaan utama di Riau dan juga mencakup seluruh daerah di Riau daratan.

Gambar 2. Wilayah edar dan segmentasi pembaca Pekanbaru Pos



B. Personalia Perusahaan

Pemimpin Umum	: Kazzaini Ks
Wakil Pemimpin Umum	: Ari Purnama
Pemimpin Redaks	: Syamsul Bahri Samin
Wakil Pemimpin Redaksi	: Menrizal Nurdin
Pemimpin Perusahaan	: Ardiansyah
Dewan Redaksi	: Kazzaini Ks (Ketua), Syamsul Bahri Samin, Hasan Hanafi, Amzar, Menrizal Nurdin, Zulkifli Ali, Arief Rahman, Ridho M Haztil.
Tim Ombudsmen	: Abu Bakar Siddik, Moeslim Kawi

1. Divisi Produksi

Redaktur Pelaksana	: Arief Rahman, Zulkifli Ali (Online)
Koordinator Liputan	: Ridho M Haztil
Redaktur	: Kunni Masrohanti, Bustami Ramzi
Asisten Redaktur	: Ismardiansyah Putra, Wan Zakia, M Syaifullah, Widiarso (Foto)
Liputan Pekanbaru	: Yudi Walidi
Liputan Jakarta	: Afni Zulkifli
Liputan Daerah	: Marditono, Parno (Dumai), Elia Susanti (Duri), Sukardi (Bengkalis), Andre Syahbani (Perawang/Siak), Kasmedi (Rengat), Amri (Pangkalan Kerinci)
Sekretariat Redaksi	: Maya Anita, Hermanto (staf)
Departemen Perwajahan dan Pracetak	: Wan Sarudin (Kepala), Ario, Wandriono (koordinator)
Grafis	: Joko Purnomo
Mounting	: Sari Alam

2. Divisi Usaha

Manajer Keuangan, Administrasi, Umum dan SDM	: Yenni ta Dharma
Manajer Iklan dan EO	: T. Rasmin
Manager Pemasaran	: Zulfika

C. Produk / Jasa Perusahaan

Produk Pekanbaru Pos yaitu surat kabar harian Pekanbaru Pos dengan harga langganan/eks/bulan Rp 45.000, untuk luar daerah ditambah ongkos kirim.

Jasa Pekanbaru Pos yaitu jasa iklan dan event organizer. Untuk jasa iklan Pekanbaru Pos memiliki tarif yang beragam. Untuk iklan hitam putih (BW); umum display Rp 15.000/mm kolom, Ucapan selamat BW Rp 7500/mm kolom, Iklan keluarga/duka cita BW Rp 5000/mm kolom, halaman dalam full color Rp 20.000/mm. Harga ditambah PPn 10 persen.

D. Alamat Perusahaan

Alamat redaksi, tata usaha, dan iklan	: Jalan Soekarno-Hatta No.132 Pekanbaru, Riau
Telepon dan Faksimili	: (0761) 39969
Telepon redaksi	: (0761) 39972
e-Mail redaksi	: pekanbarupos@yahoo.com
Website	: www.pekanbaru-pos.com
e-Paper	: epaper.pekanbaru-pos.com
Pemasaran	: (0761) 39971
Bank	: Bank Mandiri atas nama PT. Utusan Intergrafika Pers Ac. No 108.00.0430733.7

BAB III

PENYAJIAN DATA

Di dalam bab ini, data yang peneliti sajikan merupakan data yang diperoleh dari jawaban responden melalui angket yang peneliti sebar.

Data yang akan disajikan ini adalah data yang berbentuk angket, dengan 21 pertanyaan yang mewakili seluruh indikator, baik variabel (X) dan variabel (Y). Dari angket yang telah disebar kepada seluruh responden yang berjumlah 45 orang.

Sebelum peneliti mengemukakan data pokok seperti di atas, maka sebagai gambaran responden dibawah ini, peneliti kemukakan terlebih dahulu data keadaan responden sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Tabel 1. Distribusi frekuensi jenis kelamin

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Laki-Laki	26	57,8
2	Perempuan	19	42,2
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 1 dapat kita ketahui bahwa sebagian besar responden adalah laki –laki sebanyak 26 responden atau 57,8% dan perempuan sebanyak 19 responden atau 42,2%. Sehingga perbandingan jumlah responden laki-laki lebih besar dari perempuan.

2. Umur

Tabel 2. Distribusi frekuensi umur

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	< 20 tahun	7	15,6
2	21 - 30 tahun	29	64,4
3	31 - 40 tahun	6	13,3
4	> 41 tahun	3	6,7
Jumlah		45	100,0

Penulis membagi usia responden dalam beberapa bagian, yaitu dari rentang 20 tahun sampai dengan 41 tahun. Sebagian besar responden adalah dengan rentang umur 21 sampai 30 tahun, yaitu dengan 29 responden atau 64,4%. Selanjutnya responden dengan rentang umur kecil dari 20 tahun sebanyak 7 responden atau 15,6%, rentang umur 31 tahun sampai 40 tahun yaitu 6 responden atau 13,3%. Sedangkan responden dengan rentang umur besar dari 41 tahun sebanyak 3 responden atau 6,7%.

3. Pendidikan

Tabel 3. Distribusi frekuensi pendidikan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	SMA	22	48,9
2	Diploma	7	15,6
3	Sarjana	16	35,6
Jumlah		45	100,0

Selanjutnya dari tabel 3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan SMU sebanyak 22 responden atau 48,8%. Sedangkan pendidikan sarjana sebanyak 16 responden atau 35,6% dan pendidikan diploma sebanyak 7 responden atau 15,6%.

A. Penyajian Data *Lay Out* (Variabel X) Halaman Utama Surat Kabar Pekanbaru Pos.

1. Tampilan

Tabel 4. Distribusi frekuensi tampilan halaman utama

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak menarik	0	0
2	Tidak menarik	1	2,2
3	Ragu-ragu	12	26,7
4	Menarik	26	57,8
5	Sangat menarik	6	13,3
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 4 dapat diketahui bahwa, tampilan halaman utama Pekanbaru Pos menarik. Ini dapat dilihat dari 26 orang atau 57,8% responden yang menilai bahwa tampilan halaman utama Pekanbaru Pos menarik. Sedangkan 6 orang atau 13,3% responden menilai tampilan halaman utama Pekanbaru Pos sangat menarik. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa tampilan halaman utama Pekanbaru Pos menarik bahkan sangat menarik dengan angka 71,1%.

2. Pemilihan Gambar

a. Keserasian gambar

Tabel 5. Distribusi frekuensi keserasian gambar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	5	11,1
3	Ragu-ragu	7	15,6
4	Serasi	30	66,7
5	Sangat serasi	3	6,7
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa, keserasian pemilihan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos serasi. Ini dapat dilihat dari 30 orang atau 66,7% responden yang menilai bahwa pemilihan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos serasi. Dan 3 orang atau 6,7% responden menilai pemilihan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa pemilihan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 73,4%.

b. Ukuran gambar

Tabel 6. Distribusi frekuensi ukuran gambar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak tepat	1	2,2
2	Tidak tepat	6	13,3
3	Ragu-ragu	7	15,6
4	Tepat	23	51,1
5	Sangat tepat	8	17,8
Jumlah		45	100,0

Sedangkan, ketepatan ukuran gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah tepat, Ini dapat dilihat dari 23 orang atau 51,1% responden. Dan 8 orang atau 17,8% responden menilai ukuran gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat tepat. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa ukuran gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah tepat, bahkan sangat tepat dengan persentase mencapai 68,9%.

3. Penempatan Gambar

Tabel 7. Distribusi frekuensi penempatan gambar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	2	4,4
3	Ragu-ragu	13	28,9
4	Serasi	26	57,8
5	Sangat serasi	4	8,9
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 7 dapat diketahui bahwa, keserasian penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 26 atau 57,8% responden menilai bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos serasi. Dan 4 atau 8,9% responden menilai bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 66,7%.

4. Warna Gambar

Tabel 8. Distribusi frekuensi warna gambar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	4	8,9
3	Ragu-ragu	11	24,4
4	Serasi	22	48,9
5	Sangat serasi	8	17,8
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 8 dapat diketahui bahwa, keserasian warna gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 22 atau 48,9% responden menilai bahwa penempatan gambar pada halaman

utama Pekanbaru Pos serasi. Dan 8 atau 17,8% responden menilai bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa penempatan gambar pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 66,7%.

5. Pemilihan Huruf

a. Ukuran huruf

Tabel 9. Distribusi frekuensi ukuran huruf

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	2	4,4
3	Ragu-ragu	14	31,1
4	Serasi	23	51,1
5	Sangat serasi	6	13,3
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 9 dapat diketahui bahwa, keserasian ukuran huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 23 atau 51,1% responden menilai bahwa ukuran huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos serasi. Dan 6 atau 13,3% responden menilai bahwa ukuran huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa ukuran huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 64,4%.

b. Tebal huruf

Tabel 10. Distribusi frekuensi tebal huruf

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	4	8,9
3	Ragu-ragu	11	24,4
4	Serasi	28	62,2
5	Sangat serasi	2	4,4
Jumlah		45	100,0

Sedangkan, keserasian tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 28 atau 62,2% responden menilai bahwa tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos serasi. Dan 2 atau 4,4% responden menilai bahwa tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa tebal huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 66,6%.

c. Jenis huruf

Tabel 11. Distribusi frekuensi jenis huruf

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	1	2,2
2	Tidak serasi	7	15,6
3	Ragu-ragu	21	46,7
4	Serasi	16	35,6
5	Sangat serasi	0	0
Jumlah		45	100,0

Dan keserasian jenis huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos dapat dilihat dari 16 atau 35,6% responden menilai bahwa jenis huruf pada halaman utama Pekanbaru Pos serasi. Sedangkan persentase serasi 35,6%, ragu-ragu 46,7%, tidak serasi 15,6% dan sangat tidak serasi 2,2%.

6. Pemilihan Berita

a. Ketepatan pemilihan berita

Tabel 12. Distribusi frekuensi ketepatan pemilihan berita

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak tepat	0	0
2	Tidak tepat	1	2,2
3	Ragu-ragu	3	6,7
4	Tepat	27	60,0
5	Sangat tepat	14	31,1
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 12 dapat diketahui bahwa, ketepatan pemilihan berita pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah tepat. Hal ini dapat dilihat dari 27 atau 60% responden menilai bahwa ketepatan pemilihan berita pada halaman utama Pekanbaru Pos tepat. Dan 14 atau 31,1% responden menilai bahwa pemilihan berita pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat tepat. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa pemilihan berita pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah tepat, bahkan sangat tepat dengan persentase mencapai 91,1%.

b. Berita yang menarik

Tabel 13. Distribusi frekuensi berita yang menarik

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak menarik	1	2,2
2	Tidak menarik	1	2,2
3	Ragu-ragu	5	11,1
4	Menarik	30	66,7
5	Sangat menarik	8	17,8
Jumlah		45	100,0

Dan berita pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah menarik. Ini dapat dilihat dari 30 atau 66,7% responden yang menilai bahwa berita

pada halaman utama Pekanbaru Pos menarik. Sedangkan 8 atau 17,8% responden menilai berita pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat menarik. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa berita halaman utama Pekanbaru Pos menarik bahkan sangat menarik dengan persentase 84,5%.

7. Iklan

a. Penempatan iklan

Tabel 14. Distribusi frekuensi penempatan iklan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	1	2,2
2	Tidak serasi	5	11,1
3	Ragu-ragu	15	33,3
4	Serasi	20	44,4
5	Sangat serasi	4	8,9
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 14 dapat diketahui bahwa, keserasian penempatan iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 20 atau 44,4% responden menilai bahwa penempatan iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos serasi. Dan 4 atau 8,9% responden menilai bahwa penempatan iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa penempatan iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 53,3%.

b. Ukuran iklan

Tabel 15. Distribusi frekuensi ukuran iklan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	0	0
2	Tidak serasi	2	4,4
3	Ragu-ragu	19	42,2
4	Serasi	22	48,9
5	Sangat serasi	2	4,4
Jumlah		45	100,0

Sedangkan, keserasian ukuran iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 22 atau 48,9% responden menilai bahwa ukuran iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos serasi. Dan 2 atau 4,4% responden menilai bahwa ukuran iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos sangat serasi. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa ukuran iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi, bahkan sangat serasi dengan persentase mencapai 53,3%.

c. Warna iklan

Tabel 16. Distribusi frekuensi warna iklan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak serasi	1	2,2
2	Tidak serasi	4	8,9
3	Ragu-ragu	13	28,9
4	Serasi	23	51,1
5	Sangat serasi	4	8,9
Jumlah		45	100,0

Dan keserasian warna iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos sudah serasi. Hal ini dapat dilihat dari 23 atau 51,1% responden menilai bahwa warna iklan pada halaman utama Pekanbaru Pos serasi.

B. Penyajian Data Minat Baca (Variabel Y) Masyarakat Kelurahan Tuah Karya, Kecamatan Tampan RW 03 RT 06 Pekanbaru.

1. Alasan Membaca

Tabel 17. Distribusi frekuensi menariknya rubrik surat kabar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak setuju	2	4,4
2	Tidak setuju	0	0
3	Ragu-ragu	9	20,0
4	Setuju	28	62,2
5	Sangat setuju	6	13,3
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 17 dapat diketahui bahwa rubrik pada surat kabar Pekanbaru Pos menarik. Ini dapat dilihat dari 28 atau 62,2% responden setuju bahwa rubrik Pekanbaru Pos menarik. Dan 6 atau 13,3% responden sangat setuju rubrik Pekanbaru Pos menarik.

2. Tujuan Membaca

a. Mengetahui informasi terbaru

Tabel 18. Distribusi frekuensi mengetahui informasi

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak setuju	0	0
2	Tidak setuju	0	0
3	Ragu-ragu	3	6,7
4	Setuju	23	51,1
5	Sangat setuju	19	42,2
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 18 dapat diketahui bahwa membaca surat kabar dapat mengetahui informasi terbaru. Ini dapat dilihat dari 23 atau 51,1% responden setuju. Dan 19 atau 42,2% responden sangat setuju membaca surat kabar dapat mengetahui informasi terbaru.

b. Menambah pengetahuan

Tabel 19. Distribusi frekuensi menambah pengetahuan

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak setuju	0	0
2	Tidak setuju	1	2,2
3	Ragu-ragu	4	8,9
4	Setuju	23	51,1
5	Sangat setuju	17	37,8
Jumlah		45	100,0

Sedangkan yang menjawab setuju dengan membaca dapat menambah pengetahuan 23 atau 51,1% responden. Dan 17 atau 37,8% responden sangat setuju. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa membaca surat kabar dapat menambah pengetahuan dengan persentase 88,9%.

c. Menambah pengetahuan tentang minat

Tabel 20. Distribusi frekuensi pengetahuan tentang minat

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak setuju	1	2,2
2	Tidak setuju	2	4,4
3	Ragu-ragu	11	24,4
4	Setuju	27	60,0
5	Sangat setuju	4	8,9
Jumlah		45	100,0

Dan yang menjawab setuju dengan membaca dapat menambah pengetahuan tentang minat 27 atau 60% responden. Dan 4 atau 8,9% responden sangat setuju. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa membaca surat kabar dapat menambah pengetahuan tentang minat dengan persentase 68,9%.

3. Menyediakan Waktu Untuk Membaca

Tabel 21. Distribusi frekuensi meluangkan waktu

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Sangat tidak setuju	0	0
2	Tidak setuju	4	8,9
3	Ragu-ragu	26	57,8
4	Setuju	12	26,7
5	Sangat setuju	3	6,7
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 21 yang menjawab setuju meluangkan waktu untuk membaca hanya 12 atau 26,7% responden. Dan 3 atau 6,7% responden sangat setuju. Dari hasil ini dapat dilihat bahwa yang meluangkan waktu untuk membaca surat kabar hanya 33,4%.

4. Usaha untuk memperoleh bacaan

a. Membeli surat kabar

Tabel 22. Distribusi frekuensi membeli surat kabar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Tidak sama sekali	3	6,7
2	Tidak pernah	4	8,9
3	Ragu-ragu	6	13,3
4	Tidak sering	25	55,6
5	Sering	7	15,6
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 22 yang menjawab sering membeli surat kabar hanya 7 atau 15,6% responden. Dan 25 atau 55,6% responden tidak sering membeli surat kabar.

b. Meminjam surat kabar

Tabel 23. Distribusi frekuensi meminjam surat kabar

No	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Tidak sama sekali	0	0
2	Tidak pernah	0	0
3	Ragu-ragu	5	11,1
4	Tidak sering	28	62,2
5	Sering	12	26,7
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 23 yang menjawab sering meminjam surat kabar 12 atau 26,7% responden. Dan 28 atau 62,2% responden tidak sering meminjam surat kabar.

5. Keinginan membaca

Tabel 24. Distribusi frekuensi keinginan membaca

NO	Pilihan Jawaban	Frekuensi	Persen
1	Tidak sama sekali	0	0
2	Tidak ingin	0	0
3	Ragu-ragu	12	26,7
4	Ingin	24	53,3
5	Sangat ingin	9	20,0
Jumlah		45	100,0

Dari tabel 24 yang menjawab ingin membaca surat kabar 24 atau 53.3% responden. Dan 9 atau 20,0% responden sangat ingin membaca surat kabar.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Uji Validitas dan Reabilitas *Lay Out* (Variabel X) Halaman Utama Pekanbaru Pos

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 15. Dengan menggunakan nilai *alpha* sebesar 5%, dari seluruh responden yang berjumlah 45 orang, diperoleh nilai F_{tabel} (*correlation product moment table*) sebesar 0,294. Dari tabel 25 dapat diketahui dari 13 pertanyaan untuk variabel X (*lay out*) yang nilai *correlation product moment* masing-masing pertanyaan lebih besar dari nilai F_{tabel} , sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Untuk uji reabilitas variabel X (*lay out*), maka penulis akan membandingkan nilai *correlation product moment table* dan *alpha cronbach*, adapun nilai dari *alpha* sebesar 5% sebesar 0,851. Karena nilai *alpha cronbach* lebih besar dari *correlation product moment table* yaitu 0,294, maka pertanyaan pada variabel X (*lay out*) dikatakan reliabel (perhitungan dapat dilihat pada lampiran).

Adapun hasil perhitungan nilai validitas untuk variabel X (*lay out*), adalah sebagai berikut:

Tabel 25. Nilai validitas varibel X (*lay out*)

No	Pertanyaan	Validitas	Signifikan
1	Frekuensi menarik tampilan halaman utama	0,623	0,01
2	Keserasian pemilihan gambar pada halaman utama	0,663	0,01
3	Ketepatan ukuran gambar pada halaman utama	0,651	0,01
4	Keserasian penempatan gambar pada halaman utama	0,568	0,01
5	Keserasian warna gambar pada halaman utama	0,683	0,01
6	Keserasian ukuran huruf pada halaman utama	0,546	0,01
7	Keserasian tebal huruf pada halaman utama	0,376	0,01
8	Keserasian jenis huruf pada halaman utama	0,642	0,01
9	Tepatnya pemilihan berita pada halaman utama	0,447	0,01
10	Menariknya berita pada halaman utama	0,588	0,01
11	Keserasian penempatan iklan pada halaman utama	0,594	0,01
12	Keserasian ukuran iklan pada halaman utama	0,688	0,01
13	Keserasian warna iklan pada halaman utama	0,714	0,01

B. Uji Validitas dan Reabilitas Minat Baca (Variabel Y) Masyarakat RT 06

RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Package for Social Science*) versi 15. Dengan menggunakan nilai *alpha* sebesar 5%, dari seluruh responden yang berjumlah 45 orang, diperoleh nilai F_{tabel} (*correlation product moment table*) sebesar 0,294. Dari tabel 26 dapat diketahui dari 8 pertanyaan untuk variabel Y (*minat baca*) yang nilai *correlation product moment* masing-masing pertanyaan lebih besar dari nilai F_{tabel} , sehingga dapat dikatakan bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Untuk uji reabilitas variabel Y (*minat baca*), maka penulis akan membandingkan nilai *correlation product moment table* dan *alpha cronbach*, adapun nilai dari *alpha* sebesar 5% sebesar 0,726. Karena nilai *alpha cronbach* lebih besar dari *correlation product moment table* yaitu 0,294, maka pertanyaan pada variabel Y (*minat baca*) dikatakan reliabel (perhitungan dapat dilihat pada lampiran).

Tabel 26. Nilai validitas varibel Y (*minat baca*)

No	Pertanyaan	Validitas	Signifikan
1	Rubrik pada surat kabar menarik	0,563	0,01
2	Mengetahui informasi terbaru	0,586	0,01
3	Menambah pengetahuan	0,713	0,01
4	Bertambahnya pengetahuan tentang minat	0,715	0,01
5	Meluangkan waktu untuk membaca surat kabar	0,586	0,01
6	Membeli surat kabar	0,803	0,01
7	Meminjam surat kabar	0,385	0,01
8	Keinginan untuk membaca surat kabar	0,517	0,01

C. Analisis Hubungan *Lay Out* Halaman Utama Pekanbaru Pos Terhadap Minat Baca Masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya

Untuk melihat adanya korelasi antara *lay out* terhadap minat baca masyarakat, menggunakan analisis *correlation product moment* dua variabel (*bivariate correlation*) dengan menggunakan SPSS versi 15, sebagai berikut:

Tabel 27. Hasil analisa koefisien korelasi antara *lay out* terhadap minat baca masyarakat

		VALUE
LAY OUT	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	45
MINAT BACA	Pearson Correlation	,680(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	45

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel 27 diketahui koefisien korelasi berada antara 0,40 - 0,70. Dapat diketahui adanya korelasi yang cukup berarti antara *lay out* halaman utama surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru sebesar 0,680.

D. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis, kita harus membandingkan F_{tabel} dengan F_{hitung} . Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus t, didapat nilai F_{hitung} 0,680. Sedangkan untuk $N=45$ dengan $\alpha=0,05$, diperoleh F_{tabel} 0,294. Karena $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) yaitu “Tidak terdapat hubungan antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca masyarakat”, **ditolak**. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) yaitu “Terdapat hubungan antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca masyarakat”, **diterima**.

E. Pembahasan Tujuan Penelitian

1. Pandangan masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya terhadap *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos

Pada pembahasan penelitian ini menjelaskan pandangan masyarakat terhadap *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos menarik, ini dilihat dari 71,1% responden yang menjawab

lay out halaman utama Pekanbaru Pos menarik dan sangat menarik (lebih lengkap lihat BAB III).

Lay out didalam bahasa memiliki arti tata letak. Sedangkan menurut istilah, *lay out* merupakan usaha untuk menyusun, menata, atau memadukan elemen-elemen atau unsur-unsur komunikasi grafis (teks, gambar, tabel dll) menjadikan komunikasi visual yang komunikatif, estetik dan menarik. Di sini diperlukan pertimbangan ketika sedang mendesain suatu informasi yang seefektif mungkin. Tujuan utama *lay out* adalah menampilkan elemen gambar dan teks agar menjadi komunikatif dalam sebuah cara yang dapat memudahkan pembaca menerima informasi yang disajikan (Mohawk, 2009).

2. Minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya

Pada pembahasan penelitian ini menjelaskan minat baca masyarakat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa minat baca masyarakat cukup tinggi, ini dilihat dari 53,3% responden yang menjawab ingin membaca surat kabar (lebih lengkap lihat BAB III).

Lilawati dalam Sandjaja (2005), mengartikan minat membaca adalah suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap kegiatan membaca sehingga dapat mengarahkan seseorang untuk membaca dengan kemauannya sendiri.

3. Pengaruh *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya

Dalam penelitian ini, peneliti menghubungkan dua variabel antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca masyarakat. Berdasarkan uji hipotesis statistik, menggunakan teknik korelasi sederhana telah membuktikan adanya hubungan yang signifikan dan positif antara dua variabel tersebut.

Hipotesis statistik yang menyatakan bahwa adanya hubungan yang signifikan dan positif antara variabel *lay out* halaman surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru. Hubungan ini ditunjukkan dengan nilai koefisien korelasi (r_{xy}) 0,680 dengan tingkat signifikan korelasi (*sig. 2-tailed*) dengan nilai 0,000 yang berarti $< 0,05$. Tidak adanya tanda negatif pada angka 0,680 menunjukkan arah hubungan yang positif antara kedua variabel.

Seorang desainer, dengan akal dan perasaannya, membangun emosinya. Secara bersamaan, elemen-elemen itu dapat pula memancing berbagai sensasi. Menimbulkan persepsi yang merangsang, memberi sugesti, dan memperkaya imajinasi orang yang melihatnya (Kusrianto, 2007: 29).

Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa, *lay out* halaman yang menarik yang terdiri dari unsur grafis, iklan, huruf, isi berita, dan gambar dengan penyusunan yang baik dan indah, dapat menimbulkan rangsangan membaca bagi masyarakat.

F. Rumusan Kajian

Penelitian ini menjelaskan pandangan masyarakat terhadap *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos menarik bahkan sangat menarik.

Menurut Kusmiati (1991:1) bahwa tata letak pada dasarnya adalah penyusunan pengalaman visual dan emosional dengan memperhatikan elemen-elemen dan prinsip-prinsip tata letak yang dituangkan dalam satu kesatuan komposisi yang mantap. Pada dasarnya suatu komposisi yang mantap merupakan penggabungan dari banyak bagian menjadi suatu bentuk yang serasi.

Dengan menyusun bagian-bagian tata letak yang terdiri dari gambar, grafis, berita, huruf, dan iklan menjadi satu kesatuan yang harmoni, maka terciptalah sebuah *lay out* halaman yang serasi dan menarik.

Penelitian ini juga menjelaskan bagaimana minat baca masyarakat. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa minat baca surat kabar masyarakat cukup tinggi.

Menurut kamus bahasa indonesia minat adalah perhatian, kesukaan, kecendrungan hati. Sedangkan membaca adalah melihat serta memahami isi dari apa yang tertulis (dengan melisankan atau hanya dalam hati), mengeja atau mengucapkan apa yang tertulis (Baskoro, 2005: 102 dan 463).

Minat baca dapat diartikan kesukaan serta keinginan dalam hati untuk melihat, membaca, dan memahami isi bacaan yang tertulis untuk

mendapatkan atau mengetahui informasi, menambah pengetahuan, dan mendapatkan kesenangan.

Pengaruh *lay out* halaman utama surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru cukup berarti, yang artinya bahwa dengan *lay out* surat kabar yang menarik, maka akan menimbulkan minat baca pada masyarakat. Hasil ini didapat dari penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada masyarakat.

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penyajian data dan analisis data, serta perhitungan statistik, dapat disimpulkan bahwa hipotesis nol (H_0) yaitu “Tidak terdapat hubungan antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca masyarakat”, **ditolak**. Sedangkan hipotesis alternatif (H_a) yaitu “Terdapat hubungan antara *lay out* surat kabar terhadap minat baca masyarakat”, **diterima**.

Hal ini dapat dijelaskan dari penyajian hasil penelitian yang dilakukan, sebagai berikut:

1. Pandangan masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya terhadap *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos menarik bahkan sangat menarik. Dengan menyusun bagian-bagian tata letak yang terdiri dari gambar, grafis, berita, huruf, dan iklan menjadi satu kesatuan yang harmoni, maka terciptalah sebuah *lay out* halaman yang serasi dan menarik.

2. Minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa minat baca surat kabar masyarakat cukup tinggi. Minat baca dapat diartikan kesukaan serta keinginan dalam hati untuk melihat,

membaca, dan memahami isi bacaan yang tertulis untuk mendapatkan atau mengetahui informasi, menambah pengetahuan, dan mendapatkan kesenangan.

3. Pengaruh *lay out* halaman utama Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru

Pengaruh *lay out* halaman utama surat kabar Pekanbaru Pos terhadap minat baca masyarakat RT 06 RW 03 Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru cukup berarti, yang artinya bahwa dengan *lay out* surat kabar yang menarik, maka akan menimbulkan minat baca pada masyarakat.

B. Saran

Adapun saran-saran dari penulis adalah:

1. Untuk Pekanbaru Pos agar lebih ditingkatkan lagi dalam menyusun *lay out* agar lebih menarik, agar lebih merangsang pembaca untuk membacanya.
2. Untuk masyarakat, agar meluangkan waktu untuk membaca surat kabar, karena dengan membaca dapat mengetahui informasi terbaru dan menambah pengetahuan.
3. Untuk peneliti yang lain yang meneliti objek yang sama, agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode yang lainnya, demi terwujudnya pengembangan ilmu komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baskoro, Wahyu. 2005. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: Setia Kawan.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Hugo, Reading F. 1986. *Kamus Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Rajawali.
- Kamah, Idris dkk. 2002. *Pedoman Pembinaan Minat Baca*. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.
- Kusmiati R, Artini dkk. 1999. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Latief, TA Rousyidi. 1989. *Dasar-Dasar Retorika Komunikasi dan Informasi*. Medan: Rainbow.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Komunikasi Efektif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Yurnaldi. 1992. *Jurnalistik Siap Pakai*. Padang: Angkasa Raya.

Sumber Internet :

- Almaipii. 2007. *Upaya Meningkatkan Minat Baca Pada Anak*, (Online), (<http://almaipii.multiply.com/journal/item/4>, diakses tanggal 23 Januari 2010).

- Djoeadja. 2009. *Teknik Layout*, (Online), (<http://djoeadja.blogdetik.com/2009/03/23/teknik-lay-out/>), diakses tanggal 9 November 2010).
- Junaedi, Wawan. 2009. *Pengertian Minat Baca*, (Online), (<http://mathedu-unila.blogspot.com/2009/10/pengertian-minat-membaca.html>), diakses tanggal 23 Januari 2010).
- Mohawak. 2009. *Tata Letak Layout*, (Online), (<http://mohawk-momo.blogspot.com/2009/06/tata-letak-layout.html>), diakses tanggal 10 november 2010).
- Nurbiyanti, Enny. 2009. *Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Fasilitas Perpustakaan dan Kinerja Pustakawan Terhadap Minat Baca Siswa SMK Negeri 2 Blora*. Semarang : Universitas Negeri Semarang. *Skripsi Online*, diakses tanggal 3 Mei 2010.
- Pubianti, Elvandari. 2008. *Pengaruh Pelatihan Membaca Cepat Terhadap Minat Membaca Buku Agama Islam*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah. *Skripsi Online*, diakses tanggal 3 Mei 2010.
- Sandjaja, Soejanto. *Pengaruh Keterlibatan Orang Tua Terhadap Minat Membaca Anak Ditinjau Dari Pendekatan Stress Lingkungan*, (Online), (<http://www.pdfqueen.com>), diakses tanggal 12 April 2010).
- Sujianto. 2009. *Pengaruh Foto dan Lay Out di Halaman Satu Rek Ayo Rek Terhadap Minat Baca Masyarakat*. Surabaya : Unitomo. *Jurnal Online*, diakses tanggal 24 April 2010.
- Supriyoko, Ki. 2009. *Minat Baca dan Kualitas Bangsa*, (Online), (<http://dit.lipi.go.id>), diakses tanggal 3 Mei 2010).
- Supriyono. 1998. *Kontribusi Pustakawan Dalam Meningkatkan Minat Baca. Media Pustakawan*, (Online), Vol. 5, No 3, (<http://www.pdfqueen.com>), diakses tanggal 20 Februari 2010).
- Tribunnews. 10 Mei, 2010. *Minat Baca Indonesia Rangking 96*, (Online), (<http://www.tribunnews.com/2010/05/10/minat-baca-indonesia-rangking-96>), diakses 24 Mei 2010).

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Distribusi frekuensi jenis kelamin	31
Tabel 2. Distribusi frekuensi umur.....	32
Tabel 3. Distribusi frekuensi pendidikan	32
Tabel 4. Distribusi frekuensi tampilan halaman utama	33
Tabel 5. Distribusi frekuensi keserasian gambar	33
Tabel 6. Distribusi frekuensi ukuran gambar	34
Tabel 7. Distribusi frekuensi penempatan gambar	35
Tabel 8. Distribusi frekuensi warna gambar	35
Tabel 9. Distribusi frekuensi ukuran huruf	36
Tabel 10. Distribusi frekuensi tebal huruf	37
Tabel 11. Distribusi frekuensi jenis huruf	37
Tabel 12. Distribusi frekuensi ketepatan pemilihan berita	38
Tabel 13. Distribusi frekuensi berita yang menarik	38
Tabel 14. Distribusi frekuensi penempatan iklan	39
Tabel 15. Distribusi frekuensi ukuran iklan	40
Tabel 16. Distribusi frekuensi warna iklan	40
Tabel 17. Distribusi frekuensi menariknya rubrik surat kabar	41
Tabel 18. Distribusi frekuensi mengetahui informasi.....	41
Tabel 19. Distribusi frekuensi menambah pengetahuan	42
Tabel 20. Distribusi frekuensi pengetahuan tentang minat	42
Tabel 21. Distribusi frekuensi meluangkan waktu	43

Tabel 22. Distribusi frekuensi membeli surat kabar	43
Tabel 23. Distribusi frekuensi meminjam surat kabar	44
Tabel 24. Distribusi frekuensi keinginan membaca	44
Tabel 25. Nilai validitas variabel X (<i>lay out</i>)	46
Tabel 26. Nilai validitas variabel Y (<i>minat baca</i>)	47
Tabel 27. Hasil analisa koefisien korelasi antara <i>lay out</i> terhadap minat baca masyarakat	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka pemikiran	20
Gambar 2. Wilayah edar dan segmentasi pembaca Pekanbaru Pos	28